

中心城区发展旅游的思考 ——以郑州市金水区为例

魏 艳¹, 于跃洋², 吕 迎¹

(1. 河南省科学院地理研究所, 郑州 450052; 2. 中国人民大学公共管理学院, 北京 100872)

摘要: 以郑州市金水区为例, 对中心城区发展旅游进行了SWOT分析, 中心城区具有区位优势明显、经济基础良好、基础设施服务设施较为完善、商务活动平台优越、城市旅游兴起、旅游形式丰富等优势 and 机遇, 但也存在着竞争压力大、与城市规划需要衔接等劣势和挑战。在此基础上, 阐述了中心城区旅游吸引物由特色旅游、游憩商业区、特色街区和环城游憩带构成, 提出了开发休闲度假游、文化感悟游、娱乐购物游、公务旅游、工业旅游、公共资源旅游等旅游产品的思路, 并针对这些旅游产品开发的具体对策进行了探索。

关键词: 中心城区旅游; SWOT分析; 郑州市; 金水区

中图分类号: F590

文献标志码: A

文章编号: 1003-2363(2010)06-0110-05

中心城区是一个城市的政治、经济、文化中心, 具有商业功能、游憩功能、休闲功能等, 这些对于中心城区开展旅游提供了可能, 同时, 城区居民对生活质量的追求, 休闲度假、康体娱乐等的旅游要求也越来越高, 这对中心城区的旅游功能提出了新的要求。

1 金水区发展旅游的 SWOT 分析

郑州市金水区^①是河南省省会中心城区, 是全省的政治、经济、金融、商贸、信息、交通和文化中心(图1)。2008年实现生产总值401亿元, 人均生产总值3.7万元, 实现财政收入19.06亿元; 城镇居民人均可支配收入16768元, 农村居民人均纯收入9503元, 既是郑州的居民高档消费区, 也是旅游高档消费区。市所属大中专院校、科研机构128家, 是国家科技进步先进区、国家基础教育课程改革实验区和河南省综合改革试验区。

1.1 优势

1.1.1 区位优势明显。金水区地处郑州东北隅, 是省委、省政府所在地, 辖区经济繁荣, 金融、证券、商品交易所、保险机构齐全, 是国内各大银行驻豫总部所在地。对外交通极为便利, 有亚洲最大的铁路运输编组站—郑州北站, 纵贯全国南北的京珠高速与横跨东西的连霍高速、107和310国道在区内交汇, 紧邻京广、陇海铁路十字路口, 距新郑国际机场仅有20余km, 是集铁路、公路、信息四位一体的交通物流中心。良好的区位优势航空、

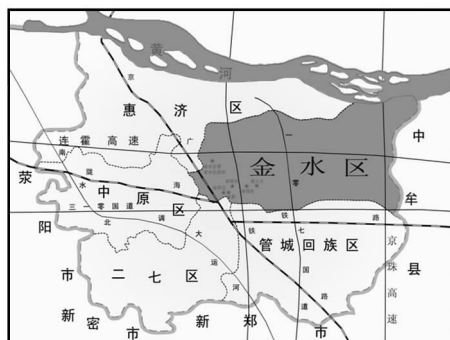


图1 金水区在郑州市的位置

Fig. 1 The position of Jinshui District in Zhengzhou City

条件使得金水区成为河南省入境游的主要节点, 也是高端游客食宿、娱乐的首选。

1.1.2 经济基础良好。近年来, 金水区围绕建设“首善之区”的总体目标, 按照“政府创造环境, 社会发展经济”的思路, 积极落实科学发展观, 实现了国民经济的快速发展。2008年经济实力位居郑州市6个区的第一位, 也处于河南省城区第一位, 良好的经济基础为旅游开发提供了资金保障。

1.1.3 旅游基础设施、服务设施较为完善。作为省会城市的中心城区, 金水区的交通、电力、通讯、网络信息等基础设施十分完善, 住宿、餐饮、娱乐、购物等服务设施完备, 服务环境良好。旅游是一个综合性极强的产

^① 1987年郑州市行政区划成立金水区。本研究涉及范围依据2006年河南省民政厅《关于撤销郑州市金水区祭城镇实行城市管理体制的批复》(豫民行批[2006]8号)对金水区行政区划调整, 调整后金水区辖柳林、庙李2个镇, 经八路、花园路、人民路、杜岭街、大石桥、南阳路、南阳新村、文化路、丰产路、东风路、北林路、未来路、龙子湖、凤凰台、祭城路15个街道办事处, 包括郑东新区的大部分区域。

业、吃、住、行、游、购、娱六大要素的协调配套才能实现旅游产业的良性、快速发展,这些设施的完善为旅游业发展奠定了良好的基础。

1.1.4 商务活动众多。金水区是郑州市商务活动的集中区域,每年都要举行40~50起大型商务活动,其中,有每年举行的郑交会、每两年举行一次的河南省投资贸易洽谈会,其他还有不定期举行的国家级大型商务会议,如中博会、豫沪经济技术洽谈会、旅游交易会、药交会、服装博览会等,这些大型商贸活动促进了金水区商务旅游的发展,也为其它旅游产品开发拓展了客源市场。

1.2 劣势

1.2.1 旅游资源有限。金水区的旅游资源没有丰富的自然风光,人文资源虽然有河南省博物院、郑州市海洋馆等有一定知名度的旅游资源,但是总量有限,整体旅游资源不具备独有性、垄断性。

1.2.2 景区开发不足。金水区旅游业起步较晚,景区基础设施建设相对滞后,尚没有形成影响力大、吸引力强的精品景区(点)。旅游产品开发不足,市场竞争力较弱,从而限制了金水区旅游业的发展。

1.3 机遇

1.3.1 城市旅游的兴起。经济活动的日益频繁使得城市旅游快速发展,以游客数量论,在各种类型的旅游地中,城市是最主要的旅游目的地。城市(较之其他地域类型)又以较为配套齐全的游憩系统和相对发达的经济而成为游客进行休闲度假和会议、公务、购物等的主要场所。2008年4月10日在郑州举行的世界旅游城市市长论坛上,来自全球35个国家和地区的200余名旅游城市市长签署发表了《郑州宣言》。《郑州宣言》旨在在全球范围内推动旅游与城市的可持续发展,为全人类的共同福祉做出更大的贡献,这意味着城市旅游得到了越来越多的关注和重视^[1]。

1.3.2 旅游发展的休闲化。旅游大众化发展的今天,在需求总量增加的同时,旅游需求结构也在变化,从传统观光旅游为主向集观光游览、休闲和度假相结合需求转变,随着人们休闲意识的增强、出游能力的提高,游客对目的地的选择也发生了很大的改变,总体上出现了从远距离的观光游览转向近距离的休闲游憩的趋势,这两大趋势给中心城区带来较好的开发机遇^[2]。

1.3.3 政府重视旅游的发展。随着全国旅游热的兴起,金水区政府认识到旅游业的重要性,并把旅游开发纳入政府的议事日程。在《金水区国民经济和社会发展的第十一个五年规划纲要》中把旅游业作为第三产业中大力发展和重点支持的行业。目标是把金水区建设成为集休闲度假、生态农业、娱乐购物、商贸会展、文化观光于一体的环境优美、门类众多、功能完善的旅游区域。

在近两年的工作计划中也把旅游业列为重点,为旅游业发展带来了前所未有的机遇。

1.4 挑战

金水区旅游资源不具有唯一性和独特性,在全国、全省旅游产业大发展的格局下,面临其周边城区、郊县激烈的竞争压力。如何建立城市规划、建设与旅游发展的协调机制并为城区旅游发展提供良好的平台是金水区旅游业发展面临的一个挑战。

2 金水区旅游发展的思路

2.1 旅游吸引物构成

旅游吸引物是能够吸引旅游者和管理者的所有因素的有效组合。中心城区旅游是旅游者在中心城区中的旅游活动,及其对社会、经济和环境的影响。中心城区旅游吸引物就是能够吸引游客在中心城区旅游的所有因素,其特色一方面决定于中心城区赋存的旅游资源的特点,另一方面决定于中心城区功能等非旅游资源的旅游开发,两者不可分割。

根据中心城区旅游资源的特点,其旅游吸引物包括:特色旅游、游憩商业区、特色街区和环城游憩带^[3]。特色旅游是中心城区旅游的主要旅游吸引物,主要指对外地游客有较大吸引力的景区、景点,是体现中心城区旅游形象的级别较高的旅游资源,是中心城区对外宣传、提升城区影响力的基础,如金水区的河南省博物院、郑州市海洋馆、郑州市动物园;游憩商业区(RBD)是指中心城区以游憩与商业服务为主的各种设施(购物、饮食、娱乐、文化、交往、健身等)集聚的特定区域,是中心城区游憩系统的重要组成部分,如金水区的曼哈顿商业广场;特色街区是满足现代消费需求的重要场所,具有独特的文化魅力,形成一定的规模和知名度,从而满足旅游者文化差异体验、休闲消遣、购物娱乐等需求的街道区域,如农科路酒吧街、纬三路玉器字画街。环城游憩带(ReBAM)是指发生于城市郊区,主要为城市居民光顾的游憩设施、场所和公共空间,特定情况下还包括位于城郊的外来旅游者经常光顾的各级旅游目的地,一起形成的环城游憩活动频发地带,简称“环城游憩带”,如森林公园、野鸭湖生态园。

2.2 旅游主题形象

中心城区旅游主题形象的核心是旅游形象的定位,应该从现有的影响因素出发,结合城区旅游未来的发展目标,立足历史与现实并结合未来发展目标进行定位。综合考虑金水区的旅游资源特征,历史文化过程以及社会心理积淀,结合金水区旅游业发展定位,并与郑州市二七区、惠济区的旅游主题形象进行差异对比(表1),确定金水区旅游主题形象为“大河新都,温馨金水”。“大

河”寓意金水处在黄河之滨,又是大河村遗址所在地;“新都”金水区是古老的中原大地兴起的一座现代化都城,与周边城区对比,是郑州市正在形成的现代商业中

心。“温馨金水”体现金水区是河南省旅游服务设施和服务水平最为优越的城区,使游客有“宾至如归”体验,同时也包含了和谐与宜居的意思。

表 1 金水区与周边城区旅游主题形象对比

Tab.1 Comparison of tourism theme between Jinshui District and peripheral districts

城区	资源特点	主要景点	主题形象
金水区	自然资源单一,历史文化资源知名度较高,现代人文资源丰富	河南省博物院、大河村遗址、郑州海洋馆、国际会展中心、河南省艺术中心	大河新都,温馨金水
惠济区	绿色农业资源丰富,黄河、邙山山水呼应,古汉文化遗存尚在	丰乐农庄、邙山景区、黄河风景名胜、黄河花园口旅游区、黄河大观园	古汉遗风,黄河新韵
二七区	生态旅游特色明显,“三园七区两节”旅游品牌已经形成	二七纪念塔、樱桃沟、葡萄园、龙园水乡、钓鱼沟	中原商都,郑州门户
管城区	历史文化资源丰富,现代游乐设施较为完善	城隍庙、商城遗址、世纪欢乐园、鸵鸟园、北大清真寺	商城古韵,世纪欢乐

2.3 旅游产品开发思路

2.3.1 休闲度假游。随着城市居民余暇时间的增多、生活水平的提高以及交通、通讯的发展,城市郊区(近郊和远郊)旅游与城市周边旅游和短线旅游的重合,以城区为中心的辐射旅游区不断扩大,使各界人士外出休闲,特别是亲朋、家庭、情侣等外出旅游日益增多。为适应这种需求态势,很多城市在郊区等周边地区开发相应的康体休闲旅游,并建立相应的康体休闲产业。这种休闲度假旅游包括娱乐、水域游乐、体育康体、亲近自然、生态回归等休闲活动。目前,金水区已经开发了森林公园、野鸭湖生态园,马头岗生态园等景区,正在开发的还有马渡生态旅游区、鸿宝园林旅游区,这些休闲度假旅游产品成为城区居民周末短途游的良好去处。

2.3.2 文化感悟游。物质生活的提高使得人们对文化的追求更加迫切,文化旅游成为旅游不可缺少的重要组成部分,开辟寓文化、知识和教育于游乐活动之中的特色项目,以满足各层次旅游者学习文化、了解历史、探求知识的需要,具体可分为文化旅游、教育旅游、博物馆旅游等。金水区目前的文化旅游景区有河南省博物院、郑州市海洋馆,下一步准备开发的景区有大河宠物公园、大河村生态文化园,为游客感悟古老文化,体验现代文化提供场所。

2.3.3 娱乐购物游。娱乐与购物是旅游六要素的组成部分,也是旅游的一种主要体验。在中心城区这个购物、娱乐设施比较完美的区域,购物、娱乐相结合的旅游体验就显得更为突出和重要。娱乐购物是游憩商业区、特色街区活动中的重要内容。

游憩商业区是中心城区内具有旅游吸引物、吸引大量旅游者的零售商业区。金水区的曼哈顿购物广场就属于这种类型,它的建设就是要在完善购物、商务的基础上充实游憩内容,把购物、商务、旅游、文娱、休憩、美食、健身、体验等有机结合起来,进行深层次的开发,提

升商业游憩地功能。游憩商业区不仅可以服务于本地居民,还要成为游客休闲娱乐的最佳场所,丰富游客在城市的活动内容,增强城区的旅游吸引力。

特色街区是满足现代消费需求的重要场所,是现代城市生活的重要组成部分,是城市或地区发展旅游的一种很好的形式。以街区这种特殊的物质载体来展现城区文化内涵,为塑造城区旅游形象增色。金水区的特色街区建设要突出产品特色、建筑特色、文化特色和环境特色,重点打造农科路酒吧街、纬三路玉器字画街、东风渠餐饮街等特色街区,使之成为金水区旅游的亮点。

2.3.4 公务旅游。公务旅游是目前国际旅游活动的重要类型,一般包括会议旅游、商务旅游和展览旅游 3 种形式。据世界旅游组织统计,近 20 年,公务旅游每年以 10%~20% 的速度迅速增长,亚太地区尤为显著^[4]。公务旅游具有客户消费高、停留时间长、团队规模大、赢利性好、行业互动性强、不受淡旺季影响等特点,因而有“旅游皇冠上的宝石”的美誉,使得越来越多的国家和城市重视商务旅游业的发展。金水区良好的经济基础、初具规模的商务、会展设施和丰富的组织经验以及颇具规模的旅游接待能力为会展旅游奠定了良好的基础。

2.3.5 工业旅游。随着旅游业的发展,以生产场景、高科技生产设施、厂区环境和企业文化为资源的工业旅游已越来越引起人们的关注。一些企业推出了各具特色的工业旅游项目,既提高了本企业的知名度,又使游客增长了知识。中心城区作为经济中心,普遍分布一些知名度高的重点企业,这些企业为中心城区开展工业旅游提供了资源。金水区的工业旅游重点是奥克啤酒公司、花花牛乳业公司和思念速冻食品公司,目前,奥克啤酒已经在工业旅游方面迈出了第一步,随着工业旅游的进一步开发,这些企业通过游客的参观游览,向社会展示企业形象,并获得更多的社会影响力和企业知名度,同时也为企业创造了优美的生态环境,达到社会、经济和

环境三效合一。

2.3.6 公共资源旅游。中心城区公共资源转化为旅游产品是深度推进的一个重要突破口,整合中心城区的社会公共资源并把它转化为旅游观光产品是增强中心城区吸引力的重要途径,也是挖掘中心城区内涵、实现中心城区形象由平面的宣传向多层次、多角度的立体展示转变的重要切入口^[5]。公共资源旅游的重点就是在诸多公共项目上进行更新和再创造,在不影响原先功能的基础上,把公共产品直接转化为旅游产品。例如,大学城、标志性建筑景观、桥梁等。金水区可以把黄河大桥、刘江立交桥、国际会展中心、河南艺术中心等城市景观转化为旅游资源,既共享了资源,节约了资金,又可以提升城区的品位,增加游客的逗留时间。

3 金水区旅游发展对策

3.1 打造金水区整体形象

金水区的旅游吸引并非仅仅是金水区的几个旅游点,而是城区整体,其吸引物不以单项取胜,中心城区本身的属性及相关功能越来越成为旅游吸引物的重要内容。因此,金水区在经济大发展的基础上,还要善于经营城区,进一步增强中心城区的魅力,使中心城区既拥有无限活力又具备亮丽外观。特别是应当加强对金水区的生态经营,注意城区建设与自然环境的和谐统一,用优质的绿色环境质量吸引四方游客。此外,还应加强金水区休闲设施和软环境的建设,尤其是要把好客的环境氛围的营造当作金水区文明的重要内涵来建设^[6]。

3.2 开发多形式的旅游产品

在组织旅游产品开发方面,要以市场需求为导向,立足于提供多样化、多层次旅游产品,以适应现代旅游发展趋势和不同层次消费者的需求。金水区要结合自身资源优势、开发条件和区位情况,整合旅游吸引物,因地制宜,积极发展满足不同旅游消费档次和国际、国内、省内、市内四个层面旅游需求的多样化旅游产品。

3.3 与城区建设紧密结合

首先,通过金水区城区的规划建设,塑造中心城区的特色和形象,营造旅游环境,强化金水区旅游整体功能,创造旅游点,增加游客的旅游效用。其次,金水区的旅游发展对提高城区建设品位、促进金水区环境的改善及城区整体健康发展也有很大的作用。

3.4 积极发展会展业

金水区具有良好的区位交通条件,为会展业的发展提供了舞台。通过举办各类会议、交易会、展览会、博览会、体育运动会、节日与纪念日、庆典等,促进金水区会

展业的发展。而会展业对旅游业有很大的推动作用,会展业与旅游业互为条件,互相映衬,相得益彰^[7]。

3.5 加强城区旅游的区域合作

金水区旅游的合作不仅仅包括区域内的旅游合作,也包括城区之间的旅游合作,特别是加强与周边城区的旅游合作,通过开展各种类型、各层次的合作提高旅游产品的竞争力,产生更大的经济和社会效益。它包括交通的协作、旅游活动的合作、不同旅游功能的互补、与旅游企业的合作等。

4 结语

中心城区普遍具有区位交通优越、经济基础好、基础设施和服务设施完善的优势,有的中心城区拥有品位较高的旅游资源,有的城区则不具备,不管怎样,中心城区在旅游、接待、集散和辐射中心等方面的功能都使其成为重要的旅游目的地。中心城区旅游的发展不完全是旅游景点景观的建设,而是中心城区所有吸引物的整合,使中心城区旅游在传统的观光游、休闲游的基础上,一些如会展游、商务游、工业游等新的旅游业态也焕发出勃勃生机,旅游产品更加丰富,旅游形式更加多样。随着中心城区居民精神和物质生活的逐步改善,人们对生活环境的要求越来越高,中心城区环境的改善与可持续发展成为城区建设的主旋律,使得中心城区形象得到了极大改善,也使中心城区发展旅游的条件更加成熟。

参考文献:

- [1] 魏艳,杨迅周,任杰. 城市旅游的建设重点及对策研究[J]. 河南科学,2009,27(7):879-882.
- [2] 周敦源. 湖州中心城区旅游开发思路[J]. 湖南师范学院学报,2009,31(2):115-120.
- [3] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京:中国旅游出版社,2001:333-344.
- [4] 王民. 发展城市旅游的思考[J]. 学术交流,2002(5):79-81.
- [5] 杨文新. 三门峡城市旅游发展研究[J]. 河南科学,2008,26(8):1004-1008.
- [6] 符太浩. 长沙市发展城市旅游的SWOT分析及对策[J]. 科技和产业,2007,7(10):29-32.
- [7] 毕明建,潘华丽. 试析济南市城市旅游功能建设[J]. 山东电大学报,2008(3):40-42.

Some Opinions on Tourism Development of Downtown: A Case of Jinshui District of Zhengzhou City

Wei Yan¹, Yu Yueyang², Lü Ying¹

(1. *Institute of Geography, Henan Academy of Sciences, Zhengzhou 450052, China* ;

2. *School of Public Administration, Renmin University of China, Beijing 100872, China*)

Abstract: Downtown is of political, economic, and cultural center of a city, it has commercial, recreational, leisure and other functions. Along with the pursue of life equality, The urban resident sets new requests on the downtown's traveling function. the article takes the case of Jinshui District of Zhengzhou City as an example, has carried the SWOT analysis on the downtown traveling development, elaborates the constitution of downtown's traveling attraction as well as development mentality of the tourism product. Finally, it raises development countermeasures of downtown tourism.

Key words: downtown tourism; SWOT; Zhengzhou City; Jinshui District

~~~~~  
(上接第 99 页)

## Study on the Influencing Factors of the Tourists' Choices on Regional Tour Itineraries——A Case Study of Domestic Tourists in Jiangsu

Li Haige<sup>1</sup>, Wu Xiaogen<sup>1</sup>, Tang Shu<sup>2</sup>, Song Fulin<sup>1</sup>

(1. *School of Geographic and Oceanographic Sciences, Nanjing University, Nanjing 210093,*

*China*; 2. *Department of Tourism Management, Jingling Institute of Technology, Nanjing 210001, China*)

**Abstract:** Study on the main influencing factors and the functional mechanisms of tourists' choices on tourism itineraries can help the governments seek effective regional tourism cooperation in space and provide travel agencies and other relevant tourism enterprises with scientific gist to organize and design tourism itineraries. Based on in-depth analysis of current domestic tourists' traveling routes in Jiangsu, the paper makes a comprehensive study of the main influencing factors and the functional mechanisms of tourists' choices on tourism itineraries by using correlation analysis, regression analysis, comparative analysis and other research methods from angles of destination attractiveness, traveling purposes of tourists, tourism transportation and tourism costs. The results show that: (1) According to the difference between tourism destination attractiveness, the 13 cities in Jiangsu can be divided into four kinds of urban node types; (2) For different traveling purposes, tourists have tendentious differences on cities of different node types while choosing tourism itineraries; (3) Different types of public transportation have different scale and degree of influence on choice for tourism itineraries; (4) By building a statistical model of tourism costs, the paper reveals the relationship among distance, time and consumption of tourism costs and obtains a formula combined with statistical data.

**Key words:** tourist; tourism itineraries; traveling nodes; selection rate; Jiangsu Province